



Høgskolen i **Hedmark**

Campus Elverum avdeling folkehelse

Ida Therese Holter

## Bacheloroppgave

# Kvinner, kropp og media – en kritisk refleksjon

Women, body and media – a critical reflection

Bachelor i folkehelse

2015

Samtykker til utlån hos høgskolebiblioteket JA ☒ NEI ☐

Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage JA ☒ NEI ☐

## Forord

Tre år som student ved Høgskolen i Hedmark er snart over, og som en avsluttende del av Bachelor i Folkehelse, skal det skrives en bacheloroppgave. I denne sammenheng har jeg valgt å skrive om kvinners selvoppfatning i forholdt til medienes påvirkning.

Temaet jeg har valgt å fordype meg i er et dagsaktuelt, som preger manges hverdag, ved at det stadig florerer bilder i mediene av tynne, høye, vakre og «perfekte» kvinner. Det er ikke sjeldent at man føler et vist press om hvordan kroppene våre skal se ut i samfunnet i dag. Jeg har selv følt på dette kroppspresset og ønsker derfor å belyse temaet nærmere.

Arbeidet med denne bacheloroppgaven har til tider vært krevende, men samtidig veldig lærerik og interessant. Spesielt ønsker jeg å takke mine venner, familie og veileder Svein Barene for god hjelp og støtte gjennom hele perioden. Jeg føler at jeg sitter igjen med mye ny kunnskap og lærdom som jeg kommer til å ta med meg videre inn i arbeidslivet.

Elverum, 4. mai -2015

Ida Therese Holter

## Begrepsavklaring

- Ideal:** Brukes om et forbilde, som virker perfekt og som en ønsker å oppnå.
- Referansegruppe:** Er en gruppe vi identifiserer oss med, ser opp til og ønsker å se ut som.
- Retusjert:** Retusjere betyr å bearbeide bilder slik at det som er fotografert ser bedre ut, enn det gjør i virkeligheten.
- Internalisering:** Er en prosess hvor egenskaper som opprinnelig ikke finnes hos en person, oppleves som en del av personens selvilde.
- Persepsjon:** Persepsjon er en prosess der en person velger ut, organiserer og tolker sanseinntrykk han eller hun får, og danner seg et meningsfullt bilde av omverdenen.
- BMI:** Er en forkortelse av ordet Body Mass Index, som betyr kroppsmasseindeks. BMI er et verktøy som brukes for å måle om en person er over- eller undervektig eller har normal vekt.
- Medier:** Medier kan defineres på ulike måter, men blir i denne oppgaven definert som TV, reklame, moteblad og magasiner.
- Kvasieksperiment:** Vil si at man utsetter en gruppe for en spesiell påvirkning for å undersøke om en bestemt intervensjon har noen virkning, ved å sammenlikne med en annen gruppe som ikke blir utsatt for påvirkningen.
- Portrettere:** Et bilde som ønsker å gi likhet, tolke eller karakterisere en person.

## **Sammendrag**

Hensikten med denne studien er å undersøke medias påvirkning på kvinners selvoppfatning. Metoden jeg har valgt å bruke for å svare på problemstillingen er en litteraturstudie, hvor funnene til relevante forskningsartikler benyttes. Funnen i studien viser til at kvinner opplevde større misnøye med egen kropp og utseende etter påvirkning fra mediene. Videre viste det seg at påvirkning fra media førte til at kvinnene opplevde holdningsendringer, ved at de ønsket å endre sitt kroppslige utseende. Det kom også frem i enkelte av studiene at mediene ikke påvirket alle kvinnene. Dette grunner seg hovedsakelig i at det var andre faktorer som kunne ha en større innvirkning på kvinnes selvoppfatning.

---

# Innhold

<b>FORORD .....</b>	<b>2</b>
<b>BEGREPSAVKLARING .....</b>	<b>3</b>
<b>SAMMENDRAG .....</b>	<b>4</b>
<b>INNHold .....</b>	<b>5</b>
<b>1. INNLEDNING .....</b>	<b>7</b>
<b>2. PROBLEMSTILLING.....</b>	<b>8</b>
2.1 AVGRENSING OG PRESISERING AV PROBLEMSTILLING .....	8
2.2 OPPGAVENS INNHold OG STRUKTUR .....	8
<b>3. TEORI.....</b>	<b>9</b>
3.1 UTSEENDE .....	9
3.2 SELVOPPFATNING .....	9
3.3 KROPPSBILDE .....	10
3.3.1 Kroppsmisnøye.....	11
3.3.2 Spiseforstyrrelser .....	12
3.4 KROPPSIDEALET .....	13
3.5 MEDIA .....	13
3.6 RETUSJERING.....	14
<b>4. METODE .....</b>	<b>16</b>
4.1 LITTERATURSTUDIE .....	16
4.1.1 Validitet og reliabilitet .....	17
4.2 LITTERATURSØK .....	17
4.2.1 Inklusjons- og eksklusjonskriterier .....	17
4.2.2 Søke prosessen .....	18

---

<b>4.3</b>	<b>UTVELGELSE .....</b>	<b>20</b>
4.3.1	<i>Kildekritikk.....</i>	<i>21</i>
4.3.2	<i>Metodisk tilnærming i de utvalgte artiklene.....</i>	<i>21</i>
<b>5.</b>	<b>RESULTAT.....</b>	<b>25</b>
<b>5.1</b>	<b>MISNØYE MED EGEN KROPP OG UTSEENDE .....</b>	<b>25</b>
<b>5.2</b>	<b>HOLDNINGSENDRING .....</b>	<b>26</b>
<b>5.3</b>	<b>ANDRE ALTERNATIVE FORKLARINGSMODELLER TIL KVINNERS SELVOPPFATNING. ....</b>	<b>27</b>
<b>6.</b>	<b>DISKUSJON .....</b>	<b>28</b>
<b>6.1</b>	<b>HOVEDFUNN.....</b>	<b>28</b>
<b>6.2</b>	<b>MISNØYE MED EGEN KROPP OG UTSEENDE .....</b>	<b>28</b>
<b>6.3</b>	<b>HOLDNINGSEDRINGER .....</b>	<b>29</b>
<b>6.4</b>	<b>ANDRE ALTERNATIV FORKLARINGSMODELLER TIL KVINNERS SELVOPPFATNING .....</b>	<b>31</b>
<b>6.5</b>	<b>BEGRENSINGER OG SVAKHETER MED UNDERSØKELSEN.....</b>	<b>33</b>
<b>7.</b>	<b>KONKLUSJON .....</b>	<b>35</b>
<b>8.</b>	<b>LITTERATURLISTE .....</b>	<b>36</b>

## Tabelloversikt

<u>TABELL 1: SØKEHISTORIKK .....</u>	<u>19</u>
--------------------------------------	-----------

## 1. Innledning

I den vestlige verden har oppmerksomheten rundt kropp og utseende i media de siste tiårene økt (Duesund, 1995). Kvinner utsettes for et enormt press, noe vi blant annet kan se på TV, i reklamer, moteblader og magasiner (Duesund, 1995). Mediene fremstiller tydelig hvordan den ideelle kvinne skal se ut, gjennom å portrettere bilder av tynne, høye, vakre og «perfekte» kvinner (Engelsrud, 2006). Mediene gjør oss også oppmerksomme på fremgangsmåter og metoder for hvordan vi kan oppnå en slik ideell kropp, gjennom tips rundt trening, kosthold og slanking (Engelsrud, 2006). Det stadig økende kroppspresset, gjør det vanskeligere for kvinner å unngå å la seg påvirke av medienes fokusering på kropp og utseende. Men hva gjør egentlig denne påvirkningen med oss?

## 2. Problemstilling

Problemstillingen i denne oppgaven er som følgende: *«Hvordan påvirkes kvinners selvoppfatning av medias fokusering på kropp og utseende»?*

### 2.1 Avgrensing og presisering av problemstilling

Jeg har valgt å avgrense oppgaven til å fokusere på kvinner med hvit opprinnelse som er i alderen 18-40 år (gjennomsnittsalder på 20). Medier blir i denne oppgaven beskrevet som TV, magasiner, moteblader og reklame. Dette grunner seg hovedsakelig i oppgavens omfang, samt for å kunne få et mer konkret resultat.

### 2.2 Oppgavens innhold og struktur

Oppgaven tar først for seg en teoridel, så en metodedel, deretter resultatdel og diskusjonsdel og tilslutt en avsluttende konklusjonsdel. I teoridelen har jeg gjort rede for litteratur jeg mener er relevant innenfor mitt problemområde. Teorien har jeg skrevet ut i fra pensumlitteratur og tidligere forskning. Metodedelen består av en kort beskrivelse av litteraturstudie, mine søkekriterier, søkeprosessen, kildekritikk og artiklenes metodiske tilnærming. I resultatdelen legger jeg frem resultatene til de utvalgte artiklene. Deretter vil jeg i diskusjonsdelen foreta en diskusjon på bakgrunn av hovedfunn i artiklene og den forankrede teorien jeg har valgt å ta med, før jeg avslutningsvis kommer frem til en konklusjon.



### **3. Teori**

I utgangspunkt til problemstillingen vil jeg i dette kapitlet presentere sentrale teori som er relevant for mitt problemområde. Teorien vil bli beskrevet ved hjelp av tidligere forskning og pensumlitteratur.

#### **3.1 Utseende**

Utseende har gjennom hele livet blitt en viktig del av hvem vi er, både for oss selv og for andre. På bakgrunn av det vi ser danner vi oss beslutninger og trekker ulike konklusjoner (Cash, 1990). En slank kvinne vil kunne ses på som sunn og godt trent, mens en overvektig kvinne vil kunne dømmes for å være usunn og dårlig trent, selv om dette ikke er tilfelle. Utseende utgjør førsteinntrykket og forteller oss noe om individets etnisitet, høyde og vekt. Utseende formidler også grunnleggende informasjon om individets kjønn, alder og i enkelte tilfeller sosioøkonomisk status (Cash, 1990). Forskning viser til at menneskets utseende kan deles inn i to perspektiver «view from the outside» og «view from the inside» (Cash, 1990, s. 51). Utseende fra ytresynsvinkel er hvordan vi ser på oss selv om sosiale objekter, mens utseende fra den indresynsvinkel er synet man har på egen kropp, som er menneskets kroppsbilde (Cash, 1990).

#### **3.2 Selvoppfatning**

I hverdagen brukes begrepene selvoppfatning, selvbilde, selvfølelse og selvtillit ofte om hverandre. I denne bacheloroppgaven har jeg valgt å bruke begrepet selvoppfatning.

Selvoppfatning blir beskrevet som alt man tror, tenker og føler om seg selv (Imsen, 2012) I følge Mead dannes selvoppfatningen gjennom indre og ytre faktorer (Imsen, 2012). De indre faktorene er hvordan tanker man har om seg selv som objekt, mens de ytre faktorene er

andre reaksjoner på deg (Imsen, 2012). En kvinne ville for eksempel sjeldent ha stått frem lettkledd i et moteblad, med mindre hun har en viss oppfatning av at kroppen hennes strekker til i forholdt til det kroppsidealet.

Selvoppfatningen dannes gjennom en utvikling fra vi er barn til vi er ungdom og videre inn i voksenlivet (Imsen, 2012). Det handler om at vi må løsrive oss psykisk fra det biologiske opphav og utvikle selvoppfatningen som en sosial struktur til omverden (Imsen, 2012). Det er samfunnet vi lever i som legger til rette for selvoppfatning, og den vil derfor kunne endres etter hvert som de øvrige omgivelsene og det nærmeste miljøet rundt oss, forandres (Imsen, 2012). Utsettes vi for eksempel for miljøer hvor kroppen er høyt verdsatt, så vil en kvinne med kropp som ligner «kroppsidealet» få positiv respons, samtidig som det vil øke hennes selvoppfatning betraktelig (Skaalvik & Skaalvik, 2013). Høy selvoppfatning vil kunne føre til at man er mindre utsatt for negative påvirkning fra ytre faktorer som blant annet medier, mens lavere selvoppfatning gjør at man er mer utsatt ytre påvirkning (Russello, 2009). Inn under begrepet selvoppfatning kommer også vurdering av egen kropp. Dette gjør at begrepene selvoppfatning og kroppsbilde henger nøye sammen, og på visse områder utgjør hverandre (Kaasin, 2006). Vi skal derfor se nærmere på begrepet kroppsbilde.

### **3.3 Kroppsbilde**

Kroppsbilde har de siste tiårene blitt forstått som oppfatninger av egen kropps utseende (Loland, s.a.). Thompson (1990) har definert begrepet som «...en evaluering av egen kropps størrelse, vekt eller andre sider ved kroppen som bestemmer dens utseende» Kroppsbilde er en sentral del av vår selvoppfatning og kan uttrykkes gjennom tre faktorer: persepsjon, subjektiv og atferd (Loland, s.a.).

Persepsjon er de oppfatninger vi har om egen kropps vekt, høyde, størrelse og form på kroppen og kroppsdelene. Subjektiv er våre følelser overfor egen kropps vekt, høyde, størrelse og form på kroppen og kroppsdelene, mens atferd viser til hvordan vi handler på bakgrunn av dette, ved for eksempel å unngå situasjoner der vi må vise frem deler av kroppen vi er misfornøyd med (Loland, s.a.).

Det er mange faktorer som påvirker utviklingen av kroppsbildet vårt. En av de viktigste faktorene er hvordan andre møter vår kropp (Danielsen, 2006). Dette kommer av at det er andres reaksjoner som avgjør hvordan vi ser på oss selv og medvirker til vår selvoppfatning. Samfunnet, holdninger, forventinger og idealer er også faktorer som er med på å påvirke oss (Danielsen, 2006).

På samme måte som kroppen vår er i forandring gjennom hele livet, endres også vårt kroppsbilde i positivt eller negativ retning etter påvirkning (Danielsen, 2006). Forskning viser til at påvirkning og press fra idealer i medier kan resultere i et negativt kroppsbilde, som vil kunne føre til at enkelte kvinner kan utvikle kroppsmisnøye eller spiseforstyrrelser (Kaasin, 2006). Begrepene kroppsmisnøye og spiseforstyrrelser vil derfor bli utdypes videre.

### **3.3.1 Kroppsmisnøye**

Kroppsmisnøye er blitt et utbredt problem (Harrison & Hefner, 2011). Det er en tragedie at så mange unge og voksne kvinner går rundt og er misfornøyd med kroppene sine i dagens vestlige kultur (Skårderud, 2006).

Kroppsmisnøye kan også omtales som kroppsskam eller kroppsbildeforstyrrelser. Ved kroppsmisnøye har man «et bilde av hvordan kroppen ser ut, men dette bilde stemmer ikke overens med slik vi skulle ønske det» (Skårderud, 2006, s.50). Kroppsmisnøye er så utbredt, at det ses på som normalt blant kvinner i dag. Hele 40 til 60 % av dagens kvinner viser

misnøye med en eller flere aspekter ved deres utseende (Harrison & Hefner, 2011). Skårderud (2006) hevder at man en statistisk avviker om man er kvinne i dagens samfunn og tilfreds med sin egen kropp.

Kroppsmisnøye er en tragisk side av vår kultur, ved at det fokuseres mest på kroppslige mangler i stedet for kroppen vi har (Skårderud, 2004). For mange har denne misnøyen resultert i redusert livskvalitet ved at man trekker seg unna folk, dekker seg til, eller tyr til kroppslige prosjekter for å kunne rette opp i den opplevde feilen (Skårderud, 2006; Harrison & Hefner, 2011). I de aller alvorligste tilfeller har misnøyen ført til betydelige konsekvenser som arbeidsledighet, kosmetisk kirurgi eller selvmordsforsøk (Skårderud, 2006).

### **3.3.2 Spiseforstyrrelser**

Spiseforstyrrelser er en form for psykiske lidelser. Den som har spiseforstyrrelser har derfor ikke bare problemer med å forholde seg til mat, men også til egne tanker og følelser (Skårderud, 2004). Å være spiseforstyrret betyr å være overopptatt av kropp, vekt og utseende. (Skårderud, 2004, s. 11). Mennesker med spiseforstyrrelser kan derfor ofte føle at slike tanker og følelser styrer dem, som igjen kan resultere i å begrense deres hverdag og funksjon (Skårderud, 2004).

Samfunnet har stor betydning for årsakene til at enkelte utvikler spiseforstyrrelser (Warbrick, 2003). Mediene er en av flere faktorer som spiller en sentral rolle, blant annet fordi de stadig fremmer reklamer og andre former for påvirkning om mat. Mediene oppfordrer oss i det ene øyeblikket til å gå ned i vekt, samtidig som de i det andre øyeblikket oppfordrer oss til å spise mere (Warbrick, 2003). I ukeblader er det for eksempel ofte oppskrifter på deilige kaker, mens oppslaget på neste side kan være en artikkel om hvor helseskadelig det er å spise sukker. Dette kan virke svært forvirrende, samtidig som det blir vanskelig for mange å finne den riktige balansegangen (Warbrick, 2003).

### **3.4 Kroppsidealet**

For å kunne se på hvordan media og selvoppfatning henger sammen må vi se på hva som kjennetegner kroppsidealet i det vestlige samfunn.

Kroppsidealet i den vestlige verden er i stor grad preget av det dualistiske menneskesyn, som betyr en splittelse mellom kropp og sjel (Loland, s.a.). Synet har medført at mange av oss tenker på kroppen som et objekt, vi eier og bestemmer over (Loland, s.a.). Kroppen er derfor i dag blitt en vare som kan formes og kjøpes etter de normer og idealer som er ønskelig gjennom moderne kosthold, treningskunnskap og ny teknologi (Loland, s.a.).

Den ideelle kroppen fremstilles i dag som slank, veltrent, muskuløs og ungdommelig (Loland, s.a.). Modeller i moteblader eller skuespiller er gode eksempler på slike idealer (Loland, s.a.). Det enorme fokuset rundt kropp og utseende i den vestlige verden har resultert i at de ideelle kroppene er blitt et statussymbol i dagens samfunn, som igjen har ført med seg en rekke hensiktsmessige konsekvenser (Loland, 2013). Mennesker med utseende som ligner de kroppslige idealene betraktes blant annet som hyggeligere, smartere, mer interessante og omgjengelige, i tillegg til at de lettere får arbeid, høyere stillinger og mildere straff i rettssystemet enn mennesker som ikke tilfredsstiller idealene (Cash, 1990). Denne utviklingen kan tyde på at kroppsidealene har fått en sentral rolle i dagens samfunn.

### **3.5 Media**

Media er et fellesbegrep for flere ulike kommunikasjonskanaler (Vaage, 2013). Det er en stor øning i bruk av medier i den vestlige verden i dag og individer bruker alt i fra tv, magasiner, moteblader, aviser og reklame (Vaage, 2013). Mediene i sine ulike former er de mest dominerende formidlerne av idealer i dag, og vi utsettes daglig for en rekke ulike medieformer (Vaage, 2013). Forskning viser til at hver enkelt av oss i gjennomsnittet bruker

5 timer daglig på disse mediene, noe som kan tyde på at media opptar og preger stor del av vår hverdag (Hagen, 2008).

Mediene har i løpet av de siste år hundre vokst frem som et system som beskriver virkeligheten og samfunnet vi lever i (Palmstrøm.s.a.). Mediene setter blant annet mennesker inn i standardiserte roller, viser til ønskelig atferd og skaper normer i samfunnet, som for eksempel å være tynn, vil si å være vakker (Palmstrøm, s.a.). Media har også forandret mye av hverdagen våres, da de blant annet gjør det mulig for oss å kunne følge med på begivenheter verden over, uavhengig av tid og sted (Loland, 2013). Den sosiale avstanden mellom mennesker og også forandret gjennom mediene, ved at vi ser mer en vi tar på hverandre (Loland, 2013). Mediene har med andre ord fått stor makt på mange områder i samfunnet i dag, noe som gjør at vi i enkelte situasjoner får følelsen av at mediene ofte styrer våre liv og bestemmer hva vi skal fore ta oss og mene (Palmstrøm, s.a.). Det er likevel mye usikkerhet rundt om hvordan vi faktisk lar oss påvirke av denne mediehverdagen (Hagen, 2008).

### **3.6 Retusjering**

Retusjering vil si å manipulere og redigere bilder (Ryyst & Roos, 2014). Retusjering er blitt definert som «å bearbeide bilder slik at det som er fotografert ser bedre ut enn det gjør i virkeligheten» (Ryyst & Roos, 2014, s. 21). Retusjering kan gjøres med alle typer bilder, men det er i denne oppgaven snakk om retusjering i forholdt til mennesker.

Det er programvarer på datamaskiner som Photoshop, som i dag har gjort det mulig å redigere bilder. Ved bruk av retusjering kan mennesker gjøre tynnere, lengre, eller tykkere. I tillegg kan man endre størrelser på ulike kroppsdelar og fjerne generelle uregelmessigheter som for eksempel kviser (Ryyst & Roos, 2014).

Retusjerte reklamer er i dag med på å skape og vedlikeholde kroppspresstet i dagens samfunn (Ryyst & Roos, 2014). I en undersøkelse gjort av Ryyst & Roos (2014) kom det frem at flere kvinner er klar over at reklamer og bilder av kropper er retusjert i dag. De yngre så ut til å være mer bevisste enn de eldre.

## 4. Metode

Når vi skal utføre et forskningsprosjekt, må vi benytte oss av en eller annen form for metode (Larsen, 2007). Metode kan beskrives som et redskap som brukes for og nå et bestemt mål (Dalland, 2007). Metoden vi velger å bruke, er den som vil kunne gi oss best mulig data, som vil kunne belyse problemstillingen på en interessant og faglig måte (Dalland, 2007). Som forskeren skal man kunne beskrive og gjøre rede for valg som er tatt underveis mot dette målet. Det er også visse regler knyttet til bruk av metode som forskeren må følge, for at undersøkelsen skal bli karakterisert som forskning (Dalland, 2007).

### 4.1 Litteraturstudie

Rammene for denne bacheloroppgaven var at vi skulle benytte oss av litteraturstudie som metode. Litteraturstudie er en metode som tar for seg relevant forskning som allerede finnes innenfor et gitt område (Aveyard, 2010). Når man benytter seg av litteraturstudie prøver man å finne ut av noe nytt gjennom å tolke, analysere og sammenligne relevant litteratur, for så å trekke ut de viktigste funnene og sammenfatte dette. På denne måten får man belyst området man ønsker å forske på (Aveyard, 2010). Det brukes ingen spesifikk metode ved litteraturstudie, men hele forløpet skal beskrives (Dalland, 2007). Det blir derfor viktig å redegjøre for valg av litteratur underveis. Styrker ved å benytte seg av litteraturstudie er at det finnes mye relevant litteratur innenfor mitt problemområde, i tillegg til at det vil være mindre tidskrevende å utføre, med tanke på tiden jeg har til rådighet (Aveyard, 2010). En svakhet ved å benytte seg av litteraturstudie er at artiklene jeg har valgt og benyttet meg av, er på engelsk. Dette kan ha ført til at jeg har feiltolket resultatene i artiklene, ved at jeg ikke behersket engelsk språket godt nok (Aveyard, 2010). I forbindelse med alle typer metoder er det viktig at studien er holdbar, i denne sammenheng må kravene til validitet og reliabilitet oppfylles (Dalland, 2007).



---

#### **4.1.1 Validitet og reliabilitet**

Begrepet validitet kommer fra ordet validity som betyr gyldighet (Johannssen, Tufte & Christoffersen, 2011). I forskningssammenheng forteller validitet om dataen som er samlet inn er relevant i forhold til problemstillingen som undersøkes (Larsen, 2007). Jeg har grundig studert litteraturen jeg velger å basere oppgaven min på, slik at disse sammen kan belyse problemstillingen min på en best mulig måte. Dette har jeg gjort ved å se på formålet med teksten, når den er utgitt, og hvem som har utgitt den. Jeg har også søkt opp forfatteren for å se om vedkommende er anerkjent på sitt fagfelt. På områder hvor dataen har vært manglende har jeg i tillegg dratt inn andre artikler, som kan belyse dette.

Begrepet reliabilitet kommer fra ordet reliability som betyr pålitelighet (Johannessen et al. 2011). Forskningens reliabilitet handler om at innsamling, bearbeiding og fremstilling av data må utføres korrekt, og fri for feilmarginer (Dalland, 2007). Jeg har vært nøye ved søkeprosessen og gjennomgang av litteraturen i oppgaven min, slik at resultatet jeg har kommet frem til er mest mulig relevant i forhold til min problemstilling. Fremgangsmåten jeg har brukt til å komme frem til de ulike forskningsartiklene, står i beskrevet i litteratursøk 3.2,2, under søkeprosess.

### **4.2 Litteratursøk**

Søkeprosessen en viktig del av litteraturstudie, da studien går ut på å søke etter vitenskapelige artikler i ulike databaser, som kan bidra til å besvare problemstillingen (Støren, 2013).

#### **4.2.1 Inklusjons- og eksklusjonskriterier**

Inklusjons og eksklusjonskriterier er hvilke krav som settes til litteraturen man ønsker å bruke i oppgaven (Støren, 2013). Inklusjonskriterier er hvilke krav man velger å inkludere i

litteraturen, som språk, publikasjonstype, alder og sted. Eksklusjonskriterier er hvilke krav man velger å ekskludere i litteraturen, som oversiktsartikler eller ulike søkeord som ikke finnes i emneordsystemet i databasene (Støren, 2013). For å stille krav til litteraturen og avgrenset søket ble følgende inklusjon og eksklusjonskriterier benyttet:

### **Inklusjonskriterier**

I søkeprosessen min stilte jeg først og fremst krav til at publikasjonstypen skulle være «fagfellelevurdert» som vil si at artikkelen er kvalitetssikret av en ekspert innenfor fagfeltet (Dalland, 2007). Jeg stilte videre krav til at artikkelen var skrevet på engelsk, da det fantes lite forskning rundt dette temaet på norsk. Det var også viktig at artikkelen var utgitt i «full tekst», slik at jeg hadde mulighet til å lese den over nett (Støren, 2013). Når det gjaldt tidsrom til artikkelen stilte jeg krav til at de skulle være fra 2005 eller nyere, da eldre kilder kan være utdatert og lite representativ for dagens samfunn (Støren, 2013). For at litteraturen jeg benytter meg av skal være relevant i forhold til problemstillingen måtte tematikken i artikkelen vektlegge, selvoppfatning og kvinner, media og kvinner eller medias fokusering på kropp og utseende. Studiene skal i tillegg ta for seg kvinner i alder fra 18 til 40.

### **Eksklusjonskriterier**

Jeg har valgt å ekskludere artiklene som ikke finnes i fulltekst, og som er eldre enn fra 2005. Jeg har også valgt å ekskludere at søkeord må finnes i hele artikkelen og «sitater» ved søk i Google scholar.

#### **4.2.2 Søke prosessen**

Databasene jeg har valgte å gjøre mine litteratursøk i er Oria, Ebscohost og Google scholar. Jeg valgte disse databasene på bakgrunn av at de anerkjent, internasjonale og refererer til utallige tidsskrifter og forskning. Ord jeg valgt å søke på var: «Body image», «Body esteem», «Body pressure», «Self esteem», «Self image», «Media» «Mass media», «Media

influence», «Social media» «Television», «Women» og «Cultivation». Jeg valgte deretter å krysse av for fagfellevurderte artikler, engelsk språk, full tekst og artikler utgitt etter 2005. Jeg søkte på ordene hver for seg og i kombinasjon med hverandre for å kunne innsnevre søket. Det var relativt mange søk på enkelte ord og kombinasjoner. Jeg måtte derfor starte med å lese artiklenes overskrifter for så å kunne velge ut enkelte artikler jeg syntes kunne høres interessante ut for min problemstilling. Deretter leste jeg abstraktet til artiklene som virket interessante, for å få en bredere innsikt i om studie var relevant eller ikke. Ut i fra abstraktet avgjorde jeg hvilke artikler jeg valgte å granske nærmere og tilslutt satt igjen med. Jeg har under i tabell 1 fremstilt hvilke databaser og søkeord jeg har brukt, mine søkekriterier, antall treff, antall sammendrag lest og tilslutt hvilke artikler jeg valgte å ta med i studien.

**Tabell 1: Søkehistorikk**

Database	Søkekriterier	Søkeord	Treff	Gransket	Utvalgte artikler
Oria	#Fagfellevurdert #2008-2015 #Engelsk #Artikler	*Body-esteem *Body image *Women *Media	115	3	Artikkel 1
Google scholar	#2005-2015 #Ord bare i artikkelens overskrift	*Self-esteem *Body image *Mass media	1	1	Artikkel 2
Oria	#Fagfellevurdert #2008-2015 #Engelsk #Artikler	*Body image *Cultivation *Television	6	2	Artikkel 3

EBSCO host	#Fulltekst #2007-2015 #Referanser tilgjengelig #Fagfellevurdert	*Media influence *Body Image *Women	26	2	Artikkel 4
EBSCH host	#Fulltekst #2005-2015 #Referanser tilgjengelig #Fagfellevurdert	*Self-image *Social Media *Women *Self-esteem	9	2	Artikkel 5
EBSCO host	#Fagfellevurdert #2005-2015 #Fulltekst	*Body pressure *Media *Self-esteem *Women	10	2	Artikkel 6

### 4.3 Utvelgelse

Da jeg hadde lest abstraktet til de mest relevante artiklene, valgte jeg ut 12 artikler som jeg valgte å granske grundigere. Disse ble valgt ut på bakgrunn av at abstraktet inneholdt flere av mine inkluderingskriterier som kvinner, selvfølelse, kroppsbilde og media. Etter grundigere gjennomlesning ekskluderte jeg 6 av artiklene som ikke virket relevant nok i forholdt til min problemstilling og inkludering- og ekskluderingskriteriene jeg hadde satt meg. Hovedårsaken til ekskludering var at artiklene omhandlet andre sosiale forhold enn media i forhold til selvoppfatning, at tok for seg kvinner med ulike diagnoser, eller at de omhandlet skriftlige mediers påvirkning. Ander grunner til ekskludering var at artiklene omhandlet andre aldersgrupper eller at utvalget besto av mørkhudede kvinner. (se tabell 1).

### 4.3.1 Kildekritikk

Kildekritikk betyr å vurdere hvor pålitelig en kilde er gjennom grundig vurdering og karakterisering av kildene som benyttes (Dalland, 2007). Kildekritikkens betydning er at leseren skal kunne få ta del i skribentens tanker rundt litteraturens relevans og gyldighet i forholdt til å kunne belyse problemstillingen (Dalland, 2007).

Jeg har vært nøye med at artiklene har funnet er av god metodisk kvalitet. Dette ved hjelp av avgrensinger (se under litteratursøk 3,2) og for å kunne ekskludere artikler som ikke var relevante nok innenfor mitt problemområde. Jeg har i tillegg valgt ut databaser på bakgrunn av anbefalinger fra veileder og bibliotekarer på høgskolen.

Jeg må også ta betraktning at det kan finnes valg ved min metode som kan ha ført til et mindre pålitelig resultat. Jeg kan blant annet ha gått glipp av gode artikler i andre databaser enn de jeg valgte å gjøre mine søk i. Søkordene jeg valgte å søke på kan også ha ført til begrensinger ved funn av gode artikler. At de utvalgte artiklene er på engelsk kan ha bidratt til skjevheter, ved at jeg har feiltolket resultatene, som igjen kan ha bidratt til å påvirke på det endelige resultatet.

### 4.3.2 Metodisk tilnærming i de utvalgte artiklene

Her vil jeg kort presentere de 6 utvalgte artiklenes utvalg (antall, kjønn og alder) og studiedesign.

**Artikkel 1: Pavica Sheldon (2010) Pressure to be perfect: Influences on college students` body esteem.**

Er en studie bestående av 224 studenter hvorav 122 var kvinner og 102 menn. Respondentene var i alder fra 18-35 år hvorav 215 var amerikaner og 9 internasjonale studenter. Innsamling av data ble utført ved hjelp av et selvrapportert spørreskjema som

inkluderte deltagerne bruk av medier (TV og magasiner), press fra familie og venner, perfektjonisme, selvoppfatning og sammenligning til fotomodeller. Deltagerne skulle gi svar på spørsmålene ved hjelp av en 5 punkt skala (Hvor 1= helt uenig og 5 = helt enig).

**Artikkel 2: Kim Jung-Hwan & Lennon, J Sharron (2007) Mass media and self-esteem, body image, and eating disorder tendencies.**

Er en studie bestående av 144 kvinner i alder fra 18 og 27 år. Deltagere var rekruttert fra en tekstil og klær klasse på et stort universitet i USA. Undersøkelsen var primær av hvit befolkning (79,5 %), med mindre representasjoner fra andre etniske grupper (ca 10% asiatiske og 10% afro amerikanere). Innsamling av data ble utført i skoletiden, ved hjelp av et selvrappporterende spørreskjema som inkluderte hvor ofte og hvilke medier de eksponeres for (TV og magasiner), selvoppfatning, kroppsbildemisinøye og spiseforstyrrelser. Deltagerne svarte på spørsmål ved hjelp av 5-punkt skala.

**Artikkel 3: William Kinnally & Kristen E. Van Vonderen (2014) Body image and the role of television.**

Er en studie bestående av 707 studenter, hvorav 59 % av deltakeren var kvinner og 41 % menn. Deltagerne ble rekruttert fra et stort kommunikasjonskurs ved et universitet i USA. Prosjektet fokuserte på kvinners holdninger til kropp og utseende, og derfor ble kun kvinnelige svar inkludert i analysen. Kvinnene i utvalget var i alderen fra 18-36 år. Undersøkelsen var primær av hvit befolkning, (67,5 %) men det var også mindre representasjon av andre etniske grupper (latinske 16,6 %, afroamerikanere 5,2 %, Asia/amerikanere 5,0 %). Data ble innsamlet ved hjelp av spørreskjemaer som inkluderte spørsmål angående TV titting, slankhet, internalisering av tynnhetsidealet og misnøye med

egen kropp. Deltagerne brukte en 7 punkt skala til å svare på spørsmålene (1= sterkt uenig, 7= sterk enig).

**Artikkel 4: Martin Eisend & Jana Möller (2007) The influence of TV viewing on consumers body image and related consumption behavior.**

Er en studie bestående av 241 tyske elever, hvor 58,8 % av utvalget var kvinner, med en gjennomsnittsalder 24 år. Dataen ble innsamlet ved hjelp av et spørreskjema som inkluderte hvor mange timer de gjennomsnittlig så på TV, sosial sammenligning, selvoppfatning, kroppsbilde, attraktivitet, misnøye med egen kropp, og atferd for å kunne oppnå den ideelle kroppen. Deltagerne svarte på spørsmålene ved hjelp av ulike skalaer.

**Artikkel 5: Gayle R. Bessenoff (2006) Can the media affect us? Social comparison self-discrepancy and the thin ideal.**

Er en studie bestående av 112 kvinnelige studenter, rekruttert fra en psykologiklasse i USA. Kvinnene var i alderen 17-39 år (gjennomsnittsalder på 18 år) og flesteparten av europeisk opprinnelse. Deltagerne ble forhåndsvalg til studien basert på deres selvbyldeforstyrrelse nivå som ble bestemt ut i fra en undersøkelse tatt 4-10 uker før det eksperimentelle møtet. Data ble deretter innsamlet ved hjelp av et kvasieksperiment, hvor deltakerne ble randomisert til en av to eksperimentelle forhold, hvor den ene halvparten fikk se reklamebilder med tynne idealer, mens den andre halvparten fikk se reklamebilder med produkt annonser (uten tynne idealer). Deltagerne måtte deretter svare på to ulike spørreskjemaer, som tok for seg spørsmål om deres holdninger til idealene og produktene som ble vist i annonsene, og spørsmål om humør, depresjon, selvtillit, spiseforstyrrelser og sosiale sammenligninger. Deltagerne ga svar på undersøkelsene ved bruk av ulike skaler.

**Artikkel 6: Suzanne E. Mazzeo, Sara E. Trace, Karen S. Mitchel, Rachel Walker Gow**

**(2007) Effects of a reality TV cosmetic surgery makeover program on eating disordered attitudes and behaviors.**

Er en studie bestående 147 studenter rekruttert fra et universitet i USA. De fleste av deltagerne var av europeisk opprinnelse (54,2 % hvite) og hadde en gjennomsnittlig BMI på 24,24. Data ble innsamlet gjennom tre faser. I den først fasen fikk deltagerne en grunnlagsundersøkelse hvor de skulle gi samtykke på om de ønsket å bli med videre. De resterende deltagerne ble deretter med i et kvasieksperiment hvor de ble randomisert til enten en eksperimentgruppe eller en kontrollgruppe. Eksperimentgruppen fikk se et TV program om kosmetisk kirurgi mens kontrollgruppen fikk se et TV program om oppussing. Deltagerne måtte deretter umiddelbart svare på et spørreskjema som tok for seg spørsmål om spiseforstyrrelser, selvoppfatning, angst og depresjon, kroppsbevissthet, sosiale sammenligninger, feministiske holdninger, og misnøye med egen kropp ved hjelp av ulike skalaer. I siste fase fullførte 115 deltagere en oppfølgingsundersøkelse hvor de samme tiltakene ble gjennomført.



## 5. Resultat

I dette kapitlet vil hovedfunnene fra de utvalgte artiklene bli presentert. I første del vil funn om misnøye med egen kropp og utseende etter påvirkning fra media presenteres. Deretter vil det presenteres funn om holdningsendringer etter påvirkning fra media, før det avslutningsvis presenteres funn som mener at mediene ikke fører til påvirkning, i tillegg til funn om andre alternative forklaringsmodeller til kvinners selvoppfatning.

### 5.1 Misnøye med egen kropp og utseende

I det følgende vil forskning som sier noe om at kvinner opplever misnøye med egen kropp og utseende etter eksponering for ulike medier presenteres.

Eisend & Möller (2006) undersøkte i hvilken grad eksponering for TV påvirket kroppsbilde og atferd blant et utvalg studenter i Tyskland. Eisend & Möller (2006) samlet inn data ved hjelp av selvrapporterende spørreskjemaer med 241 respondenter, hvor 58,8 % var kvinner. Studien viste at TV eksponering førte til at kvinnene opplevde større misnøye med egen kropp, feil oppfattelse av kroppens utseende og til at kvinnene dannet seg forutinntatte oppfatninger av kroppsbilde.

Bessenoff (2006) ønsket også i sine studier å undersøke hvordan kvinner med høyere og lavere nivåer av selvbildeforstyrrelser påvirkes av tynne idealbilder i media. Bessenoff (2006) utførte et kvasieksperiment og en spørreundersøkelse med 112 kvinnelige respondenter fra USA, og funnen indikerte i likhet med studien til Eisend & Möller (2006) at kvinnene rapporterte større signifikant misnøye med egen kropp og utseende og lavere selvoppfatning etter eksponering for reklame med tynne idealbilder. Videre viste studien at misnøye med kropp og utseende etter eksponering for tynne idealer, hadde sterkere effekt for de med høy selvbildeforstyrrelse kontra de med lav selvbildeforstyrrelse.

Jung-Hwan & Sharron (2007) ønsket i likhet med studiene til Eisend & Möller (2006) og Bessenoff (2006) å undersøke relasjonen mellom media eksponering, selvoppfatning, kroppsbilde og spiseforstyrrelser, for deretter å avgjøre om eksponering for tv- og magasin bilder er knyttet til disse faktorene på samme måte. Jung-Hwan & Sharron (2007) samlet inn data ved hjelp av selvrapporterende spørreskjemaer med 144 kvinnelige respondenter, og funnene indikerte i likhet med de to andre studiene, at kvinnelige studenter som ofte eksponeres for medier som mote og skjønnhetsmagasiner rapporterte større misnøye med eget utseende.

## **5.2 Holdningsendring**

I det følgende vil forskning som sier noe om at kvinner opplevde holdningsendring etter eksponering for medier presenteres.

Mazzeo et al. (2006) ønsket å undersøke muligheten for at et TV program om kosmetisk kirurgi vil kunne påvirke faktorer som spiseforstyrrelser, humør, angst og selvoppfatning blant et utvalg kvinnelige studenter i USA. Mazzeo et al. (2006) utførte et kvasieksperiment og spørreundersøkelser med 147 respondenter fra USA, og det viste seg at kvinnene opplevde større press etter å være tynn, lavere selvoppfatning, i tillegg til å kunne beslutte handlinger for å endre kroppens utseende, etter å ha sett programmet.

Kinnally & Van Vonderen (2014) ønsket i likhet med studien til Mazzeo et al. (2006) å avklare hvilken rolle TV har på misnøye med egen kropp. Kinnally & Van Vonderen (2014) samlet inn data ved hjelp av spørreskjemaer med 701 respondenter fra USA, hvor 59 % av deltagerne var kvinner. Funnene indikerte at kvinnene ønsket å bli slankere etter eksponering for de tynne idealene på TV. Videre viste det seg at tynne idealer på TV var positivt relatert til internalisering av det tynne idealet.

Studien til Eisend og Möller (2006) viste i likhet med studiene til Mazzeo et al, (2006) og Kinnally og Van Vonderen (2014) at TV eksponering førte til atferd for å oppnå den ideelle kroppen hos respondentene som var misfornøyde med egen kropp. Bessenoff (2006) og Jung-Hwan & Sharron (2007) fant også ut i sine studier at kvinner som utsettes for reklame med tynne idealbilder ofte hadde vektrelaterte og vekstregulerende tanker og viste høyere risiko for utvikling av spiseforstyrrelser.

### **5.3 Andre alternative forklaringsmodeller til kvinners selvoppfatning.**

I det følgende vil funn som mener at mediene ikke fører til påvirkning på kvinners selvoppfatning presenteres, i tillegg til funn om andre alternative forklaringsmodeller til kvinners selvoppfatning.

Sheldon (2010) undersøkte i hvilken grad media, familie, venner og perfeksjonisme kan påvirke selvoppfatningen blant et utvalg studenter i USA. Sheldon (2010) samlet inn data ved hjelp av selvrapporterende spørreskjemaer med 224 respondenter, hvorav 122 var kvinner. Studien viste at det ikke var en signifikant sammenheng mellom kvinner som leste moteblader eller så på TV og deres selvoppfatning. Kvinnene så ut til å kunne sammenligne seg med modeller i moteblader og på fjernsyn etter press fra venner og familie. Det viste seg at press fra venner hadde mest innflytelse på kvinnes selvoppfatning, etterfulgt av familiepress, media og perfeksjonisme.

Lignende funn ble funnet i studien til Jung-Hwan og Sharron (2007) & Kinnally og Van Vonderen (2014) hvor det ikke fantes noen signifikant sammenheng mellom TV eksponering og misnøye med eget utseende. Det ble heller ikke funnet noen sammenheng mellom eksponering for mote og skjønnhetsmagasiner og lavere selvoppfatning i studiet til Jung-Hwan & Sharron (2007).

## **6. Diskusjon**

Formålet med denne oppgaven vil være å komme frem til hvordan kvinners selvoppfatning påvirkes av medias fokusering på kropp og utseende. Diskusjonen vil ta utgangspunkt i teoridelen, hovedfunn i utvalgte artiklene og egne holdninger og meninger knyttet til tematikken.

### **6.1 Hovedfunn**

Hovedfunn i resultatene viser til at kvinnene opplevde større misnøye med egen kropp og utseende etter eksponering for medier (Eisend & Möller, 2007; Bessenoff, 2006; Jung-Hwan & Sharron, 2007). Videre viste det seg at påvirkning fra mediene kunne føre til holdningsendringer hos kvinnene, ved at de kunne beslutte handlinger for å endre det kroppslige utseende (Mazzeo et al., 2006; Kinnally & Van Vonderen, 2014; Eisend & Möller, 2007; Bessenoff, 2006; Jung-Hwan & Sharron 2007). På den andre siden kom det frem i enkelte av studiene at kvinnene ikke påvirkes av mediene, fordi andre faktorer kan ha en større innvirkning på kvinnes selvoppfatning (Sheldon, 2010; Jung-Hwan & Sharron, 2007; Kinnally og Van Vonderen, 2014).

### **6.2 Misnøye med egen kropp og utseende**

I studiene utført av Jung-Hwan og Sharron (2007) & Bessenoff (2006) viste det seg at eksponering for mote og magasin blader førte til større kroppsmisnøye blant kvinner. Lignende resultater ble funnet da Eisend & Möller (2006) i sin studie kom frem til at kvinner rapporterte større misnøye med egen kropp og utseende etter TV eksponering. Som skrevet i teoridelen har tidligere forskning rapportert at kvinner som utsettes for medier som fremmer de ideelle kroppstypene oftere vist misnøye med egen kropp, selv om de er friske og normal vektige mennesker (Warbrick, 2003). Ut i fra disse funnene kan man anslå at medienes

påvirkning kan resultere i økt kroppsmisnøye blant kvinner. Mulige årsaksforklaringer er at mediemeldinger om kvinners kropp og utseende er blitt en kilde til hvordan kvinner skal se ut og en kilde til hva som er sosialt ønskelig (Kinnally & Van Vonderen, 2014). Kvinnelige idealer i medier har med andre ord blitt en referansegruppe som de fleste kvinner identifiserer seg med, ser opp til og ønsker å se ut som (Bø, 2005). Dette kan føre til at kvinne danner seg ønskelige bilder av hvordan kroppene deres skal se ut, gjennom å sammenligne seg med idealene som fremstilles i mediene (Loland, s.a.). Problemet med denne sammenligningen er at kroppene deres sjeldent stemmer overens med det ønskelige bilde, da kvinnene i medier stadig blir tynnere, penere og mer perfekte (Skårderud, 2006). Kroppsbildene i medier har med andre ord blitt uoppnåelig for kvinner i dag å oppnå, da kroppene som fremstilles ikke samsvarer med virkeligheten (Kinnally & Van Vonderen, 2014). Konsekvenser av dette er at mange kvinner i dag går rundt og er misfornøyde med kroppene sine (Loland, s.a.). Får å unngå denne utvikling er det viktig at flere kvinner får vite om at idealbildene som fremstilles av media ofte er retusjerte bilder, hvor kvinnene er gjort både tynnere, høyere, penere og mer perfekte gjennom redigering (Rysst & Roos, 2014). Retusjering ses på som negativt, da det gir oss et urealistisk bilde av hvordan kvinner i virkeligheten ser ut, samtidig som det skaper et vist press om hva som er sosialt ønskelig i samfunnet (Rysst & Roos, 2014). Det blir derfor viktig at informasjon om mediens bruk av retusjering fremmes, slik at kvinner forstår at idealbildene som mediene fremstiller ofte er redigerte, og derfor ikke samsvarer med kvinners utseende i virkeligheten.

### **6.3 Holdningsendringer**

Et konstant press i fra idealene i media har ført til at vi blir «styrt» ved at vi stadig endrer våre holdninger og handlinger etter det som er ønskelig (Bø, 2005). Dette kan vi se i studien til Mazzeo et.al. (2006) og Jung-Hwan og Sharron (2007) hvor det kom frem at økt

kroppsmisnøye ville kunne føre til atferd for å kunne oppnå den ideelle kroppen blant kvinnene. Lignende funn ble avdekket i studien til Kinnally & Van Vonderen (2014) hvor det viste kvinnene ønsket en slankere kropp etter eksponering for de tynne idealer på TV. Disse resultatene støtter Warbricks funn om at kroppsmisnøye har resultert i at flere tyr til kroppslige prosjekter som dietter eller søker kosmetiskkirurgi, i forsøk om å oppnå mediestandarden (Warbrick, 2003). Ut i fra disse funnene kan man anta at medienes påvirkning kan føre til at kvinner i dag føler et vist press om å endre det kroppslige utseende, for å kunne samsvare med de ønskelige idealene. Mulig årsaksforklaringer kan være at mediene ofte fremmer mennesker med de ideelle kroppene og utseende i et positivt lys (Kinnally & Van Vonderen, 2014). Dette budskapet er spesielt tydelig i filmer og i tv program hvor hovedrollen eller vertene alltid spilles av vakre og suksessfulle kvinner, som til en viss grad er valgt til disse rollene basert på deres utseende (Kinnally & Van Vonderen, 2014). I tillegg har kroppsidealet i media blitt et statussymbol i samfunnet i dag, som har ført med seg en rekke hensiktsmessige konsekvenser (Loland, s.a.). Mennesker med utseende som ligner de kroppslige idealene blir blant annet betraktet som hyggeligere, smartere og mer interessante, i tillegg til at de lettere får seg arbeid, og høyere stillinger (Cash, 1990). Ser vi dette opp i mot studiene til Mazzeo et al. (2006), Jung-Hwan & Sharron (2007) og Eisend og Möller (2007) er det ikke rart til at mange kvinner ønsker å endre det kroppslige utseende slik at de oppnår idealet, da mediene stadig fremmer at det utseende er nøkkelen til suksess, i tillegg til at utseende har fått en betydelig større rolle i samfunnet i dag.

På den andre siden fremstiller mediene ofte overvektige i et negativt lys (Kinnally & Van Vonderen, 2014). Dette kan vi ses i filmer og serier hvor rare og klønete rollene ofte spilles av overvektige mennesker (Cash, 1990). Det er generelt mange fordommer mot overvektige i dagens samfunn. Dette kan vi blant annet se ved jobbsøking, hvor overvektige ofte stiller svakere enn normalvektige eller på motefronten hvor overvektige sliter med å finne

størrelser som passer dem (Kinnally & Van Vonderen, 2014). Samfunnet og mediene har med andre ord dannet en negativ tendens mot det å være overvektig, som igjen kan resultere til at mange kvinner ønsker å endre sitt ytre utseende, slik at de unngår å bli sett ned på av andre.

For å unngå at kvinners selvoppfatning påvirkes av mediene i negativ retning, kan det være gunstig å utvikle studier som kan lære oss om mere medienes påvirkning, kvinners selvoppfatning og ulike konsekvenser av dette. Det kan også være gunstig å ha undervisning ved barne- og ungdomskoler om medier og deres urealistiske fremstilling av kvinnelige idealer. Forsking har vist at dette kan resultere i at flere kvinner får bedre forhold til egen kropp, økt selvtillit, i tillegg til at idealisering av det å være tynn, minskes (Sharpe, Schober, Treasure, Schmidt, 2014).

Det er likevel viktig å få frem at mediene på den andre siden også kan bidra til å påvirke kvinner selvoppfatning i positiv retning. Et eksempel på dette kan være ved å fremstille kjente idealer som sunne og aktive forbilder (Eisend & Möller, 2006). Dette vil kunne bidra til at flere kvinner ønsker å leve en sunnere livsstil, for å kunne leve opp til idealet. Derfor kan markedsføring og press fra idealer på den andre siden igjen bidra til å skape en positiv tendens i samfunnet, som igjen vil kunne styrke kvinners selvoppfatning (Eisend & Möller, 2006).

#### **6.4 Andre alternativ forklaringsmodeller til kvinners selvoppfatning**

I studien til Jung-Hwan og Sharron (2007) ble det ikke funnet en signifikant sammenheng mellom eksponering for ulike TV program eller moteblader og kvinners selvoppfatning. Disse resultatene viser seg i likheter med studiene utført av Sheldon (2010) hvor det kom frem at det ikke var noen signifikant sammenheng mellom TV eksponering og

selvoppfatning. Når man studerer disse resultatene samlet kan man anta at medienes fremstilling av tynne idealiserte kropper ikke påvirker alle kvinner. I følge Posavac, Posavac og Posavac (1998) finnes det to grunner til at mediene ikke er like innflytelsesrik på enkelte mennesker. På den ene siden kan det hende at kroppen ikke er så ulik fra modellene vist i media, mens det på den andre siden kan være at fysisk attraktivitet ikke er så viktig, fordi man er trygge på sine egne ferdigheter og evner. I studien til Jung-Hwan og Sharron (2007) viste det seg at respondentene hadde et ganske høyt nivå av selvfølelse og normalt kroppsvekt. Ser vi dette opp i mot hva Posavac et al. (1998) har foreslått er det ikke overraskende at de at de urealistiske bildene av tynne idealer på TV, moteblader og i magasiner ikke signifikant påvirket dem. Hadde utvalget i disse studiene kun inkludert kvinner med større kroppsvekt og lavere selvoppfatning ville sannsynligvis resultatet vært annerledes. Kvinnerenes BMI burde derfor ha blitt tatt med i betraktning, slik at man kunne sammenlignet de med idealene mediene fremstiller. Ved fremtidig forskning er dette funn som bør studeres nærmere og tas i betraktning.

Det kan også finnes andre grunner til at kvinnene i disse studiene ikke direkte påvirkes av mediene på fjernsyn. I studiene til Sheldon (2010) og Jung-Hwan & Sharron (2007) ble det bare tatt utgangspunkt i hvor mange timer kvinnene brukte til TV titting. TV programmene kvinnene eksponertes for trengte derfor nødvendigvis ikke å inneholde bilder av kvinnelige idealer som kan ha ført til påvirkning. Om TV programmene skulle inneholdt kvinnelige idealer, så kan det hende at disse bildene ikke ble fremstilt kontinuerlig, slik at fremstillingen ikke ble intens nok til å kunne få en målbar effekt (Sheldon, 2010; Jung-Hwan & Sharron, 2007). Det burde derfor heller ha vært brukt andre tiltak som kunne ha gitt en mer oversiktlig liste over mer spesifikke TV program som fremstiller tynne idealer (Jung-Hwan & Sharron, 2007). Andre mulige årsaksforklaringer til at magasiner og moteblader ikke påvirket kvinnene i studie til Jung-Hwan & Sharron (2007) kan være fordi flere kvinner i dag er klare



over at moteblader og reklamer ofte er gjort mer perfekte gjennom retusjering (Rysst & Roos, 2014). Man kan derfor anta at kvinnene i disse studiene kan ha vært noe mer skeptiske til bildene som er portrett i magasiner og moteblader, og derfor ikke latt seg påvirke.

Med bakgrunn i resultatene i denne oppgaven viste ett av studiene at andre faktorer som press fra venner og familie hadde en større påvirkning på kvinners selvoppfatning enn mediene (Sheldon, 2010). Derfor kan man anta at det finnes andre faktorer som kan påvirke kvinner i større grad. Mulige årsaksforklaringer til at venner påvirker kvinner i større grad enn mediene, kan være fordi kvinner ofte føler et enormt press etter å bli akseptert av andre venninner (Warbrick, 2003). Dette kan resultere i at kvinner heller lar seg påvirke av andre venninner man ser opp til og ønsker å være som enn medier. På den andre siden kan det likevel spekuleres i at vi indirekte påvirkes av mediene når vi snakker med venner om det vi har sett eller lest i mediene (Sheldon, 2010). I studiet til Sheldon (2010) kan det derfor hende at kvinnene indirekte påvirkes av mediene igjennom venninner som selv er mediepåvirket. Vi kan derfor anta at mediene ikke er en faktor som påvirker alle alene, men en faktor som kan påvirke enkelte eller i kombinasjon med andre påvirkningsfaktorer som venner og familie

## **6.5 Begrensinger og svakheter med undersøkelsen**

Jeg ønsker å vise til at studiene hadde et begrenset utvalg av respondenter da de fleste artiklene baserte seg på hvite kvinner fra USA (Sheldon, 2010; Jung-Hawn & Sharron, 2007; Kinnally & Van Vonderen, 2014; Bessenoff, 2006 & Mazzeo et al., 2006) og studenter og i tjuårs alderen (Sheldon, 2010; Jung-Hwan & Sharron, 2007; Eisend & Möller, 2007 & Bessenoff, 2006). Dette kan derfor ha bidratt til å begrense generaliserbarheten av funn i forhold til andre land, grupper av befolkningen, utdanningsnivå og aldersgrupper. Videre

baserte studiene seg på selvrapporterte validerte spørreskjemaer som kan ha bidratt til å styrke studien (Dalland, 2007). Fordelen ved spørreskjemaer er at de får mulighet til å hente informasjon fra en mye større gruppe mennesker, som igjen vil kunne styrke undersøkelsen (Dalland, 2007). Ulemper ved spørreskjemaer er at deltakerne kan ha misforstå spørsmålene og svart ukorrekt (Dalland, 2007). Det er også viktig å ta hensyn til at utvalget i alle studiene ikke er så stort, slik at faren for feilkilder kan være høyere enn om utvalget hadde vært større. Videre er det viktig å få frem at enkelte av studiene tok for seg ekstremt tynne idealer (Bessenoff, 2006 & Mazzeo et al., 2006). Dette kan ha bidratt til skjevheter i studien, fordi kvinner som utsettes for ekstremt tynne idealene ofte så ut til å være mer utsatt for negativ påvirkning. Kvinnens BMI ble kun tatt i betraktning i studiet til Mazzeo et al., (2006). Til videre forskning kunne det vært interessant og sett de andre kvinnes BMI, da kroppsstørrelse som nevnt tidligere kan påvirke kvinner i ulike grad.

## 7. Konklusjon

Målet med denne oppgaven var å komme frem til hvordan kvinners selvoppfatning påvirkes av medias fokusering på kropp og utseende. I lys av sammenfattet resultat kom det frem at kvinnene opplevde større misnøye med egen kropp og utseende etter påvirkning fra mediene. Videre viste det seg at påvirkning fra media førte til at kvinnene opplevde holdningsendringer, ved at de ønsket å endre sitt kroppslige utseende. Det kom også frem i enkelte av studiene at mediene ikke påvirket alle kvinnene. Dette grunner seg hovedsakelig i at det var andre faktorer som kunne ha en større innvirkning på kvinnenens selvoppfatning.

Til videre forskning kunne det derfor vært interessant og sett nærmere på hvordan andre faktorer som venner og familiers holdninger, kan bidra til å påvirke kvinners selvoppfatning.

## 8. Litteraturliste

Aveyard, H. (2010). *Doing a Literature Review in Health and Social Care: A Practical Guide* (2. utg.). Berkshire: Open University Press.

Bessenoff, G. R. (2006) Can the media affect us? Social comparison self-discrepancy, and the thin ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30, 239-251. Lokalisert på

<http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=2d49186a-f9f2-4968-8a47-629c6bddc512%40sessionmgr4004&vid=1&hid=4206>

Bø, I. (2005). *Påvirkning og kontroll – om hvordan vi former hverandre*. Bergen: Fagbokforlaget.

Cash, T. F. (1990). The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes, and images. I T. F. Cash & T. Pruzinsky (Red.), *Body images. Development, deviance and change* (s. 51-79). New York: The Guilford Press.

Dalland, O. (2007). *Metode og oppgaveskriving for studenter* (4. utg.). Oslo: Gyldendal.

Danielsen, M. (2006) Kroppsbilde, spiseforstyrrelse og fysioterapi en kasusrapport.

*Fysioterapeuten*, 12, 21-24 Lokalisert på <http://fysioterapeuten.no/Fag-og-vitenskap/Fagartikler/Kroppsbilde-spiseforstyrrelse-og-fysioterapi-en-kasusrapport>

Duesund, L. (1995). *Kropp, kunnskap & selvoppfatning*. Oslo: Universitetsforlaget.

Eisend, M. & Möller, J. (2007). The influence of TV viewing on consumers' body images and related consumption behavior. *Market Lett* 18, 101-116.

<http://dx.doi.org/10.1007/s11002-006-9004-8>

Engelsrud, G (2006). *Hva er kropp*. Oslo: Universitetsforlaget.

---

Hagen, I. (2008) *Medias publikum. Fra mottaker til bruker?* Oslo: Gyldendal Akademisk.

Harrison, K. & Hefner, V. (2011). Media, Body image & eating disorders. I L. S. Calvert & J. B. Wilson (Red.), *The handbook of Children, Media and Development* (s. 381-406)

Lokalisert på

[https://www.google.no/books?hl=no&lr=&id=IjbUJw3QN78C&oi=fnd&pg=PA381&dq=alt+itittel:+media+body&ots=BuQrC\\_N1jL&sig=O65XHAzCggK-5sbEO9MP0adM\\_Y4&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://www.google.no/books?hl=no&lr=&id=IjbUJw3QN78C&oi=fnd&pg=PA381&dq=alt+itittel:+media+body&ots=BuQrC_N1jL&sig=O65XHAzCggK-5sbEO9MP0adM_Y4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Imsen, G. (2012). *Elevers verden: Innføring i pedagogisk psykologi*. (4.utg.). Oslo:

Universitetsforlaget.

Johannessen, A., Tufte, P, A. & Christoffersen, L. (2011). *Samfunnsvitenskapelig metode*

(4.utg.). Oslo: Abstrakt forlag AS.

Jung-Hawn, K. & Sharron, J, L. (2007). Mass Media and Self-Esteem, Body Image, and Eating Disorder Tendencies. *Clothing & Textiles Research Journal*, 25(1), 3-23.

<http://dx.doi.org/10.1177/0887302X06296873>

Kaasin, K. (2006). *Sammenhengen mellom overvekt, selvilde, kroppsbilde og fysisk aktivitet hos ungdom* (Masteroppgave, Høgskolen i Agder). Lokalisert på

[http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/138904/master\\_idrvit\\_2006\\_kaasin.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/138904/master_idrvit_2006_kaasin.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kinnally, W. & Van Vonderen, K, E. (2014). Body Image and the Role of Television.

Clarifying and Modelling the Effect of Television on Body Dissatisfaction. *Journal of*

*Creative Communications*, 9(3), 215–233. <http://dx.doi.org/10.1177/0973258614545016>

Larsen, A, K. (2007). *En enklere metode: Veiledning i samfunnsvitenskapelig forskningsmetode*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.

Loland, S. (2013). *Idrett & samfunn*. Oslo: Gyldendal undervisning.

Loland, W, N. (s.a.). *Kropp, fysisk aktivitet og ungdom*. Lokalisert på <http://gymnos.cappelendamm.no/binfil/download.php?did=957>

Mazzeo, S, E., Trace, S, E., Mitchell, K, S. & Walker Gow, R. (2006). Effects of a reality TV cosmetic surgery makeover program on eating disordered attitudes and behaviors. *Eating Behaviors*, 8, 390-397. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2006.11.016>

Palmstrøm, K. (s.a.). *Makt og medier*. Lokaliser på <http://home.hib.no/mediesenter/medium/bokmal/pdf/makt.pdf>

Posavac, H., Posavac, S., & Posavac, E. (1998). Exposure to media images of female attractiveness and concern with body weight among young women. *Sex Roles*, 38(3), 187-201. Lokalisert på [http://download-v2.springer.com/static/pdf/982/art%253A10.1023%252FA%253A1018729015490.pdf?token2=exp=1430298350~acl=%2Fstatic%2Fpdf%2F982%2Fart%25253A10.1023%25252FA%25253A1018729015490.pdf\\*~hmac=1790a30abc8e99b21136df02fac8969dbdcbl6c7d1624d2a9cda81e81b51ae4f](http://download-v2.springer.com/static/pdf/982/art%253A10.1023%252FA%253A1018729015490.pdf?token2=exp=1430298350~acl=%2Fstatic%2Fpdf%2F982%2Fart%25253A10.1023%25252FA%25253A1018729015490.pdf*~hmac=1790a30abc8e99b21136df02fac8969dbdcbl6c7d1624d2a9cda81e81b51ae4f)

Russello, S. (2013). The Impact of Media Exposure on Self-Esteem and Body Satisfaction in Men and Women. *Journal of Interdisciplinary Undergraduate Research*, 29(4) 1-12.

Lokalisert på <http://knowledge.e.southern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=jiur>

---

Rysst, M & Roos, G. (2014). *Retusjert reklame og kroppspress* (Oppdragsrapport nr. 1-2014) lokalisert på [http://www.sifo.no/files/file79625\\_oppdagsrapport\\_1-2014\\_web.pdf](http://www.sifo.no/files/file79625_oppdagsrapport_1-2014_web.pdf)

Sheldon, P. (2010). Pressure to be perfect: Influences on college students' body esteem. *Southern Communication Journal*. 75 (3), 277–298.  
<http://dx.doi.org/10.1080/10417940903026543>

Sharpe, H., Schober, I., Treasure, J. & Schmidt, U. (2013). Feasibility, acceptability and efficacy of a school-based prevention programme for eating disorders: cluster randomised controlled trial. *The British Journal of Psychiatry*, 203, 428-435.  
<http://dx.doi.org/10.1192/bjp.bp.113.128199>

Skaalvik, E, M. & Skaalvik, S. (2013). *Skolen som læringsarena: Selvoppfatning, motivasjon og læring*. (2.utg.). Oslo: Universitetsforlaget.

Skårderud, F. (2004). *Sterk/svak – Håndboken om spiseforstyrrelser*. Oslo: Aschehoug & co.

Skårderud, F. (2006). Flukten til kroppen – Senmoderne skamfortellinger. I P, Gulbrandsen., P, Fugelli., G, H, Stang & B, Wilmar (Red.), *Skam i det medisinske rom* (s.45-64). Oslo: Gyldendal akademisk.

Støren, I. (2013). *Bare søk! : Praktisk veiledning i å gjennomføre litteraturstudie* (2. utg.) Oslo: Cappelen Damm.

Thompson, K, J. (1990). *Body Image Disturbance. Assessment and Treatment*. New York: Pergamon Press.

Vaage, H. (2013). *Ungdommers kroppsbilde: En longitudinell studie av sammenhengen med bruk av ulike typer medier* (Masteroppgave, universitetet i Oslo). Lokalisert på

<https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/36755/Helxmasterx-xPDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Warbrick, C. (2003). *Dette bør du vite om spiseforstyrrelser*. Risør: Esstess-Forlaget.